

BAB III

METODE PENELITIAN

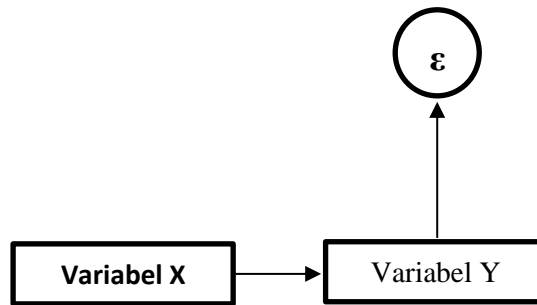
3.1. Metode Penelitian

3.1.1. Paradigma Penelitian

Penelitian adalah suatu proses untuk mencapai (secara sistematis didukung oleh data) jawaban terhadap suatu pertanyaan, penyelesaian terhadap permasalahan, atau pemahaman yang dalam terhadap suatu fenomena. (Indriantoro, Supomo, 2002, p. 5).

Paradigma penelitian bertujuan agar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya yang sedang dilaksanakan. (Sugiyono, 2017, p. 42) mendefinisikan “Paradigma penelitian dalam hal ini diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis”.

Dalam hal ini, paradigma penelitian bisa diartikan sebagai pola pikir hubungan antara variabel yang diteliti yang akan mencerminkan bagaimana jenis dan jumlah rumusan masalah yang akan diungkap melalui penelitian dan merumuskan hipotesis. Paradigma penelitian ini terdiri atas satu variabel independen dan dependen atau penelitian kuantitatif. Hal ini dapat digunakan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Paradigma Sederhana

Sumber: Metode Penelitian Bisnis Sugiyono (2017:42)

Keterangan:

X	= Harga
Y	= Keputusan Pembelian Konsumen
—————>	= Pengaruh
E (Epsilon)	= Variabel lain diluar penelitian

3.1.2. Metode Penelitian yang Digunakan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Menurut Kasiram (2008:149), mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah suatu proses mengemukakan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Penelitian kuantitatif didasarkan pada asumsi sebagai berikut (Nana Sudjana dan Ibrahim, 2001; Del Siegle, 2005, dan Johnson, 2005):

Bahwa realitas yang menjadi sasaran penelitian berdimensi tunggal, *fragmental*, dan cenderung bersifat tetap sehingga dapat diprediksi.

- a. Variabel dapat diidentifikasi dan diukur dengan alat-alat yang objektif dan baku.

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 2), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan (bedakan cara yang tidak ilmiah, misalnya mencari uang yang hilang, atau provokator, atau tahanan yang melarikan diri melalui paranormal). Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

3.1.3. Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 38), Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut. Dari uraian tersebut peneliti mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Menurut Sugiyono (2012:31) dalam (Emil, 2019, p. 3), menyatakan bahwa operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji

kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian.

Variabel memiliki peranan penting dalam sebuah penelitian, variabel menggambarkan apa saja objek pengamatan yang akan diteliti oleh peneliti. Sementara operasional adalah pelengkap variabel dalam menemukan fakta-fakta yang terjadi dalam menguji penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yaitu: Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Makarizo Hair Energy Shampoo* di PT Akasha Wira International Tbk Jakarta Selatan, maka peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan dua variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2009:39) dalam (Aji, 2019, p. 36), Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predikator*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X).

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2009:39) dalam (Aji, 2019, p. 36), Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

Untuk memahami lebih jelas terkait dua variabel yang telah diuraikan, maka operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dijabarkan pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Harga (X) dan Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

No	Variabel	Sub-Variabel	Indikator	No. Angket	
1	Variabel Bebas Indikator Harga (X) Stanton dalam (Serli Melida, 2016, p. 15)	1. Keterjangkauan Harga	a. Tingkat harga yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan ekspektasi konsumen terhadap produk yang dipasarkan.	1	O R D I N A L
			b. Harga dapat menentukan keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu produk.	2	
			c. Harga dapat memberikan citra baik bagi produk maupun perusahaan dimata konsumen.	3	
			d. Harga yang dikeluarkan perusahaan sesuai dengan kemampuan beli konsumen.	4	
		2. Daya Saing Harga	a. Penawaran harga yang diberikan perusahaan dapat menarik perhatian konsumen dibandingkan dengan kompetitor sejenis.	5	O R D I N A L
			b. Konsumen dengan mudah membandingkan harga dengan kompetitor sejenis dan mengalokasikan dana pada produk yang dikehendaki.	6	
		3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.	a. Harga produk yang dikeluarkan perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.	7	
			b. Dalam hal ini konsumen memiliki	8	

			persepsi bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.		
		4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk.	a. Konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang dibeli sehingga memiliki keinginan untuk membeli kembali (<i>repurchase</i>) produk tersebut.	9	
			b. Konsumen mengukur kemampuan daya beli yang disesuaikan dengan manfaat produknya.	10	
2	Variabel Terikat Keputusan Konsumen (Y)	1. Pengenalan Masalah (<i>Need Recognition</i>)	a. Konsumen menyadari adanya rangsangan internal dan eksternal kebutuhan yang harus dipenuhi.	11	O R D I N A L
	Kotler dan Amstrong (2013:14)	2. Pencarian Masalah (<i>Information Search</i>)	a. Konsumen yang ingin memenuhi kebutuhannya terdorong untuk mencari informasi produk.	12	
			a. Konsumen lebih tertarik mencari sumber informasi melalui: Sumber pribadi, sumber komersil, sumber publik, dan sumber pengalaman.	13	O R D I N A L
		3. Evaluasi Alternatif (<i>Evaluation Of Alternative</i>)	a. Konsumen memiliki sejumlah pilihan mengenai produk sejenis.	14	
			b. Pemilihan produk alternatif melalui beberapa tahap suatu proses evaluasi tertentu.	15	
		4. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	a. Konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pemilihan.	16	
			b. Konsumen membentuk maksud untuk membeli merek yang disukai.	17	O R
			c. Konsumen melihat dan mengamati	18	

			mengenai merek, penyalur, kuantitas produk, waktu, dan metode pembayaran yang lebih efektif.		D I N A L
			d. Konsumen sudah yakin dengan produk yang akan membelinya.	19	
		5. Perilaku Pasca Pembelian (<i>Postpurchase behavior</i>)	a. Kepuasan konsumen merupakan fungsi antara garapan dan kinerja anggapan produk.	20	O R D I N A L
			b. Konsumen merasa kecewa/tidak puas terhadap produk yang tidak sesuai ekspektasi.	21	
			c. Konsumen memutuskan untuk membeli kembali (<i>repurchase</i>) produk dan menjadi pelanggan setia karena produk telah memberikan manfaat yang berguna bagi konsumen.	22	

Sumber: diolah oleh peneliti 2021

3.1.4. Teknik Pengumpulan Data, Meliputi:

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 224) “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan”.

Pada penelitian ini, kuesioner atau angket digunakan sebagai metode utama dalam memperoleh data dari para konsumen *Makarizo Hair Energy shampoo*. Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Data Primer

Dalam melakukan penelitian perlu adanya informasi atau data baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Data primer merupakan jenis data utama atau pokok dalam suatu penelitian. Proses perolehan data ini didapatkan secara langsung oleh peneliti, atau sumber utama dari penelitian yang sedang dikaji. Peneliti memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi Non Partisipan

Dalam penelitian observasi non partisipan, peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan pengamatan yang berkaitan dengan Harga *Makarizo Hair Energy shampoo* tanpa terlibat secara langsung tetapi hanya berperan mengamati berjalan nya proses pelaksanaan kerja pada objek penelitian.

b. Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan pertemuan dua individu atau lebih di sebuah tempat untuk bertukar informasi maupun ide melalui proses tanya jawab, sehingga dapat disimpulkan makna atau jawaban pada suatu topik tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan *Head Of Marketing Beauty Care* berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti dan disusun secara terstruktur dan sistematis, dimana pada proses wawancara dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

c. *Kuesioner* (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 124), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Dari uraian diatas, teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden atau konsumen *Makarizo Hair Energy Shampoo* guna memperoleh keterangan jawaban sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk *Makarizo Hair Energy Shampoo*. Dari populasi tersebut peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus fungsi waktu sebagai berikut:

$$W_p = W_o + W_1.n$$

Keterangan Rumus:

W_p = Keseluruhan waktu yang tersedia untuk melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi, yaitu selama 6 bulan, 120 hari atau 180 jam kerja.

W_o = Keseluruhan waktu yang tersedia untuk melaksanakan penelitian sampai penarikan angket selama 1 bulan atau 60 jam kerja.

W_1 = Waktu yang tersedia dan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan keterangan dari responden dalam waktu 1 harinya yaitu 2 jam kerja.

N = Jumlah responden

Jadi, ukuran sampel penelitian adalah

$$W_p = W_o + W_1.n$$

$$180 = 60 + 2.n$$

$$180 - 60 = 2.n$$

$$120 = 2n$$

$$N = \frac{120}{2}$$

$$n = 60 \text{ Responden}$$

Berdasarkan skala likert pertanyaan-pertanyaan tersebut memiliki kriteria secara bobot nilai sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pemberian Nilai Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Ragu-Ragu/Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. (Sugiyono, 2017, p. 225).

Peneliti memperoleh data sekunder melalui buku, jurnal, dan internet. Peneliti membaca beberapa buku maupun *literature*, yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti dalam penelitian skripsi ini sehingga diperoleh landasan yang akan digunakan dalam pemecahan masalah. Peneliti juga memperoleh data dari jurnal sebagai data pendukung dalam penelitian terdahulu yang berhubungan dengan skripsi peneliti serta relevan dengan topik yang ada pada penelitian. Dari internet, peneliti dapat menemukan berbagai informasi mengenai hal-hal yang sedang diteliti dalam topik penelitian dalam bentuk jurnal, makalah, ataupun karya ilmiah.

a. Studi Kepustakaan

Yaitu kegiatan yang dilakukan peneliti guna mendapatkan informasi yang relevan dengan topik masalah yang sedang diteliti. Dalam hal ini peneliti mempelajari sumber tertulis seperti buku-buku baik bercetak maupun elektronik lain, serta catatan, maupun *literature*

yang berhubungan dengan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

b. Penelitian Lapangan

Yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data dalam pengamatan di lapangan dengan mengunjungi perusahaan yang bersangkutan guna memperoleh data yang diinginkan peneliti dalam melakukan penelitiannya.

3.1.5. Teknik Analisis Data

Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif dan jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti dari pembelian konsumen pada produk Makarizo *Hair Energy*.

1. Analisis Instrumen

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. (Sugiyono, 2017, p. 102). Adapun pengujian instrumen sebagai berikut:

a. Uji Validitas Instrumen

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 121), Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. *Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.* Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat. Untuk mengukur validasi instrumen digunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana:

R = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

N = Banyaknya responden

X = Skor yang diperoleh dari keseluruhan item

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi x

$\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi y

$(\sum x)^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing distribusi x

$(\sum y)^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing distribusi y

Hasil dari perhitungan koefisien yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi -r, dimana derajat kebebasan (db) = n-2.

Kriteria:

- a. Jika r hitung (R_h) $>$ r tabel (R_t), maka kuesioner valid
- b. Jika r hitung (R_h) $<$ r tabel (R_t), maka kuesioner tidak valid.

b. Uji Reabilitas Instrumen

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 121), Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak reliabel/konsisten.

Uji reabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan pengujian reabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Crombach's Alpha*. Rumus yang digunakan untuk menguji reabilitas instrumen Metode Alpha Crombach. (Risa, 2018, p. 11). Sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{(k - 1)} \left(1 - \frac{\sum ai^2}{a^2} \right)$$

Dimana:

- | | |
|-------------|------------------------------------|
| R | = Koefisien reabilitas yang dicari |
| K | = Jumlah butiran pertanyaan |
| $\sum ai^2$ | = Varian butir-butir soal |
| a^2 | = Varian skor tes |

Langkah dalam mengerjakan rumus diatas dalam uji reabilitas sebuah instrumen, yang sering banyak memakan waktu adalah perhitungan varian tiap butir soal. Semakin banyak pertanyaan maka semakin banyak kerja perhitungan tiap harinya. Varian butir sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ai^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{8}}{8}$$

Dimana:

ai^2 = Varian butir pertanyaan ke n (misalnya ke 1, 2 dst)

$\sum xi$ = Jumlah skor jawaban subjek butir pertanyaan ke-n

Adapun rumus yang peneliti gunakan seperti pada uraian, sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menggunakan rumus regresi linier sederhana yang didasari pada hubungan operasional antara variabel terikat (dependen) dengan variabel bebas (independen), persamaan regresi linier sederhana adalah:

$Y = a + bX$ Dimana:

Y = Subyek dalam variabel independen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan. X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

A dan b dapat dicari dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2017, p. 245):

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

2. Koefisiensi Korelasi Rank Spearman

Teknik yang digunakan untuk mencari hubungan yang terjadi antara variabel yang di teliti yaitu Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen. Menurut Sidney yaitu sebagai berikut:

a. Apabila tidak ada data kembar

$$rs = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana:

rs = Koefisiensi Korelasi Rank Spearman

di = Selisih rank X dan rank Y

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

b. Apabila ada data kembar

$$rs = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana:

$$\sum x^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Tx$$

$$\sum Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty$$

Untuk mencari pemecahan $\sum Tx$ dan $\sum Ty$ selanjutnya dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$\sum Tx = \frac{tx^3 - tx}{12}$$

$$\sum Ty = \frac{ty^3 - ty}{12}$$

Dimana:

n = Koefisien Korelasi Rank Spearman

$\sum X^2$ = Rank pada X setelah faktor korelasi

$\sum Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty$ $\sum Y^2$ = Rank untuk Y setelah faktor koreksi

di^2 = Jumlah responden

N = Selisih dua ranking

3. Analisa Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh diantara variabel, yaitu seberapa besar pengaruh *Harga* terhadap *Keputusan Pembelian Konsumen*, peneliti menggunakan rumus Koefisien Determinan:

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

Rs = Kuadrat Koefisien Korelasi

3.1.6. Pengujian Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 63) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik”. Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur apakah ada pengaruh antara variabel X (*Harga*) dan variabel Y (*Keputusan Pembelian Konsumen*). Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini maka akan dilakukan uji t (parsial) dan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel *Harga* dalam menerangkan variabel *Keputusan Pembelian Konsumen*. Dalam penelitian ini, akan dibuktikan

apakah variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Uji t yang digunakan adalah rumus statistik t menurut Sidney Siegel (1999:263) dalam (Risa, 2018, p. 16) sebagai berikut:

$$t = \frac{rs\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - rs^2}}$$

Keterangan:

t = Jumlah data yang mempunyai angka

rs = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

Bila t hitung > t tabel, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak

Bila t hitung < t tabel, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima